Sudestada Nº 49 - Junio 2006

# Radios alternativas: Otras voces, otros diálogos

Por: Walter Marini e Ignacio Portela

*En una discusión interminable sobre qué comunicar y cómo hacerlo, Sudestada reunió en radio La Tribu a representantes de tres radios alternativas de Buenos Aires para escuchar sus verdades. A más de veinte años del surgimiento del boom de radios comunitarias, este tipo de emprendimientos resisten y se adaptan a las exigencias actuales de profesionalización y calidad artística.*

Están ahí, y muchas veces pasamos cerca de ellas sin darnos cuenta, ignorando la producción cultural que existe tras esos micrófonos. El dial de las agendas mediáticas las ignora, pero sin embargo, están ahí, más firmes que nunca. Diseminadas por todos los barrios, por todo el país, las radios alternativas imponen un debate sobre la profesionalización de los medios y sobre la participación de la audiencia. Rodrigo Tornero y Claudio Vivori, de FM 88.7 mhz. La Tribu; Martin Butera, Adrián Cordara, Daniel Tulchinsky de FM 106.1 mhz. Radio Atómika y Bruno Dulbecco, de FM 93.9 mhz. En Tránsito, nos cuentan sus distintas experiencias y se animan al debate.

Los orígenes

Las llamadas radios comunitarias tuvieron su origen en nuestro país a mediados de la década del ’80 junto con la apertura democrática. A partir de allí se produjo el fenómeno de las FM de baja potencia debido a que los costos de los equipos se abarataron y la población tuvo mayor acceso a ellos. Esas radios, denominadas como alternativas, barriales, comunitarias y hasta con el peyorativo término de “truchas”, comenzaron transmitiendo por una necesidad en común: mostrar otras voces, difundir otras noticias que jamás se conocerían a través de los medios masivos de comunicación y, fundamentalmente, una búsqueda desde lo cultural que hacía que se genere otra relación con los oyentes que, hasta entonces en los medios comerciales no existía, pero el paso del tiempo mostró lo contrario. Mediocres programaciones, escasa preocupación por lo artístico y una excesiva improvisación, fueron algunas de las características que atentaron contra el objetivo original por el cual habían surgido. De todas maneras, existen verdaderas radios comunitarias que todavía luchan y persisten.

Claudio Vivori es uno de los fundadores de radio La Tribu, ubicada en el barrio porteño de Almagro. La iniciativa surgió en 1989, a partir de una iniciativa de un grupo de estudiantes de Comunicación Social y Sociología de la UBA, muchos militantes políticos, algunos pertenecientes a partidos y otros independientes. Vivori explica que “nació debido a una multiplicidad de factores políticos y otros relacionados con la comunicación y la cultura. Además, hacía poquito que comenzaba la carrera de comunicación en la UBA y como en toda carrera de comunicación había una tensión muy fuerte entre teoría y práctica, y parte de esa iniciativa era armar una radio para los estudiantes. Otra de las causas fue el hecho de querer hacer la radio que nos gustaría escuchar, una FM hablada. Porque en esa época estuvo el fallido de la Rock & Pop, que nació como una típica FM al estilo norteamericano, muy segmentada musicalmente, afanándose formatos de la AM. Después, por razones económicas, volvió a la programación musical, esto también incidió en hacer una radio en donde además de pasar música se pueda dialogar. Había mucho de romanticismo, sueños. Al tiempo nos planteamos si seguíamos o no, porque esto podía terminar como una estrella fugaz, teniendo en cuenta que en ese momento no teníamos ningún modelo a seguir. Eso fue interesante porque no había un modelo teórico a seguir: el proceso fue al revés, en la práctica empezamos a analizar, a reflexionar y a hacernos preguntas sobre lo que estábamos haciendo”.

Bruno Dulbecco pertenece a la nueva generación de radio En Tránsito. A pesar de eso conoce en detalle los primeros pasos de la emisora de Castelar, que nació allá por 1987. “Nuestro origen es distinto al de La Tribu, porque nace a partir de una iniciativa de periodistas y técnicos que estaban buscando mecanismos de expresión y comunicación para ser los dueños de sus propios medios y no depender de un patrón o una empresa que te tenga que decir qué hacer. Se juntaron 12 periodistas y formaron una cooperativa de trabajo. En un principio el proyecto fue un periódico que se llamó La calle. Duró hasta la renuncia de Alfonsín y la hiperinflación. Como les fue imposible sostener la revista pensaron en un medio como la radio, que se fundó el 9 de julio de 1987 en Castelar, en la zona oeste del gran Buenos Aires. Hubo etapas increíbles dónde había grandes niveles de participación, no sólo de los vecinos sino del comercio local. La radio se escuchaba hasta en Puerto Madero porque el aire estaba mucho más limpio. Después de la hiperinflación llegó el menemismo y un período de fragmentación. Hoy, el proyecto que encabeza la cooperativa de trabajo enmarca a la radio En Tránsito, la revista Güarnin! y un proyecto que estamos por lanzar con una gráfica editorial para publicación de revistas y libros. Lo bueno es que se fue sumando mucha gente al proyecto y hay recambio: de los socios originales no queda nadie, la mayoría somos gente joven que promedia los 25 años, que toma el proyecto como suyo y lo va resignificando a medida que van cambiando los tiempos”.

Atomika es una radio nuevita, que está dando sus primeros pasos en la localidad bonaerense de San Martín. Martin Butera, uno de sus fundadores cuenta que la iniciativa se debe a intentar buscar un lenguaje que los identifique, fuera de los grandes monopolios. “Nuestra experiencia comenzó en Capital, algo parecido a La Tribu, en cuanto a la programación y la organización general con asambleas. Era más social pero teníamos menos audiencia. Se alquilaban los espacios y después se apagaba la radio. Había una coctelera de voces: venía el tanguero, venía el heavy, todos tenían un lugar. Ahora nosotros hacemos una radio joven con

contenido: tenemos literatura, música, radioteatro. Logramos nuestra estética rompiéndonos el culo, editando hasta las 6 de la mañana, sin pensar en la guita, pero atentos a lograr un buen sonido con locutores profesionales. Estas radios nacen para que el vecino tenga la voz que no tiene en otras radios. Nosotros ahora estamos definiendo una línea, hay otras radios que pueden tener un programa de tango, otro de cumbia, otro de rock pero ninguna coherencia y ahí no tenés encendido. En los ’90, junto con el menemismo, nace una gran variedad de radios manejadas por punteros, que compraban los equipos a dos mangos y eso terminó desprestigiando a las radios comunitarias. Los multimedios nos bombardearon todo el tiempo y muchas radios perdieron calidad. Las mismas radios de baja frecuencia terminaron desprestigiando a las otras. También por eso cuesta ganar audiencia”. Adrián Cordara, también de Atomika cree que “en los últimos tiempos se instaló un discurso que dice: ‘lo alternativo o comunitario es trucho, no tiene calidad’. Cuando nosotros comenzamos con la radio tratamos de apostar todo desde lo artístico y tratar de contrarrestar esta situación. ¿Es legal que a los empresarios les regalen frecuencias, que les regalen licencias, que no haya concursos? ¿Si lo hacemos nosotros es trucho, si lo hacen ellos no? Hoy existe la ley del dinero.”

Rompecabezas de la radio

Rodrigo Tornero, director de programación de La Tribu, explica cómo se seleccionan las prioridades dentro de la radio. “Nosotros contemplamos cuatro dimensiones que permanentemente están en debate y entendemos deben estar en un proyecto comunicacional: la dimensión política, económica, organizativa y comunicacional. La idea es tratar de encontrar una línea de coherencia entre estas cuatro dimensiones. Si vos definiste que tu mirada política tiene que contemplar la diversidad, entonces tenés que pensar en cómo llevarlo al aire en términos de política comunicacional. Si definís que la cumbia tiene que estar porque sos diverso o no. Si vos definís que políticamente querés ser una radio independiente tenés que contemplar cómo va a impactar eso en la dimensión económica, y cómo tenés que hacer para que los mecanismos de gestión económica y existencia del proyecto puedan ser compatibles con esa voluntad política. Lo mismo para la organización, si de manera horizontal o vertical. Con una cabeza referente que toma decisiones, o si va a ser una cooperativa, o una asociación civil sin fines de lucro. Y a partir de ahí esas tensiones se irán equilibrando o no”. Al mismo tiempo, Claudio Vivori agrega: “El surgimiento explosivo y la heterogeneidad que tuvo a mediados de los ‘80 esta tecnología muy barata que es la FM rompió con la noción tradicional sobre la masividad, que estalló en mil pedazos. Es una discusión siempre abierta, ¿qué es ser masivo?, en algún momento puede ser masivo que te estén escuchando 500 personas. En las radios alternativas la noción de masividad como la de audiencia rompe con los mecanismos tradicionales de construcción a partir de que en general este tipo de proyectos no persigue fines lucrativos, y esto es una cuestión de ruptura clara. En un medio comercial la programación no es el fin en sí mismo sino que es un medio para construir determinado tipo de audiencia. Estos medios, más allá de su heterogeneidad, revierten esa situación. Otro punto importante es el modelo de gestión, que busca ser horizontal y no vertical.”

Desde En Tránsito creen que las radios comunitarias deben integrarse e intercambiar vivencias con la comunidad o con algún proyecto que exceda la comunicación radial en sí, y que a corto o mediano plazo terminan enmarcadas en un proyecto político comunicacional. Para Dulbecco lo dificil es "encontrar un equilibrio, entre la forma y el contenido. La discusión hace unos años era: ¿cómo las radios comunitarias van a poner publicidad al aire? y los ideales ¿dónde se fueron? O si poníamos música en inglés en una época. Y esto hace que los procesos de crecimiento sean lentos, con debates en búsquedas de equilibrio. También intentamos generar vías de comunicación, diálogos, y generar acciones de transformación, de intervención en la calle que vayan más allá del proyecto. Nosotros tratamos de no quedamos con la radio solamente y abrir más el juego. Tal vez el desafío, desde nuestra programación, pasa por el hecho de ser inconformistas y no tomar lo que está dado, desde la construcción de la agenda que no es nada fácil, el trabajo con productores, buscar otras fuentes de información, estar en la calle, preguntar, molestar. El desafío pasa por ser creativos e innovar. Nosotros tenemos el aire y hay que aprovecharlo, tenemos que ser atractivos, sonar bien."

En cambio Butera, explica desde dónde vienen y cuál es la diferencia con las otras radios: "Nosotros somos una radio de generaciones distintas. Yo rescato de La Tribu esa consigna que dice: 'Apagá La Tribu y hacé tu radio'. Nosotros no venimos de una formación política sino más de estudiantes de periodismo, y venimos con esa carga que te meten en la cabeza de que tenés que trabajar en la Rock & Pop, y no es así. Todos los institutos te preparan para trabajar en un medio grande. Nosotros experimentamos algo muy raro con el tema de la potencia. Vimos que llegando poquito pero con un buen aire, es como escribir un buen libro pero que tengan poca tirada. Te dicen constantemente, por qué no llegan más lejos, pero nosotros no apuntamos a eso, si el día de mañana llega, bienvenido, pero ahora no apuntamos a eso. Esto tiene que ver con la territorialidad del mensaje que queremos tener y con cuidar ese aire.

Para qué se hace radio

Lejos de que las motivaciones principales de pertenecer a una radio comunitaria se acerquen a los objetivos burgueses del lucro remunerado por el dinero, hay quienes todos los días invierten su tiempo en modificar estas reglas y demostrar que hay otras realidades y otros objetivos más allá de lo rentado. Para Rodrigo Tornero de La Tribu la dimensión política es la que termina primando sobre las decisiones técnicas o físicas. "Hacemos este tipo de proyectos porque queremos cambiar el mundo, y las condiciones de existencia cotidianas en los lugares donde vivimos. Los deseos están antes que las condiciones de poder realizarlos, siempre es desear aquello que pensamos hacer y después cómo lo vamos a resolver con las condiciones que

tengamos para hacerlo. A veces esa dimensión política no tiene una estética radiofónica y la dimensión comunicacional no es tan efectiva".
Quienes integran Radio Atómika buscan generar el dinero desde otros lugares que exceden el aire de la radio o las publicidades, porque creen que sino "terminás haciendo las peores cosas que un medio te obliga. Para nosotros la programación no se toca. El otro día nos cortaron la luz, y tuvimos que ver cómo juntar esa deuda, pero jamás tocaríamos la programación, , podemos hacer un cd, un festival o algún encuentro para que el defasaje tremendo que existe entre la parte artística y la económica no influya tanto. Además hay una cuestión histórica de condenar a los proyectos comunitarios alternativos al enanismo, ya sea profesional o económico. Si es una radio comunitaria no puede tener publicidad, ese es un argumento terrible", dice Cordara.
Para Bruno Dulbecco, de En Tránsito el debate sobre la aceptación de pautas oficiales o de grandes empresas es parte de algo ideológico. "La publicidad la vendemos en tanto medio de comunicación, siempre y cuando no atraviese los contenidos ideológicos de nuestra programación. Hemos tenido pauta oficial, pautas de hipermercados, yeso no nos limitó a la hora de salir a denunciar y criticar cuando lo considerábamos. Sí nos costó que esas pautas se bajen pero el concepto político del proyecto es lo que termina primando a la hora de buscar ese equilibrio. Para nosotros la objetividad no existe, nosotros somos subjetivos cuando elaboramos el discurso".
Ante esto, Tornero sostiene que el mayor y más grave condicionante que puede tener una radio es que "por no tener una pauta oficial no tengas formas de sostener el proyecto. El gran desafío de las radios es contemplar la dimensión económica, al punto que no tengas que depender de otros para sostener ese espacio. Socializar los gastos, a lo largo de la programación".
Las criticas hacia un Estado que no se ocupa de generar políticas comunicacionales, corrompe y trunca los mecanismos para llegar al debate son parte de un eje de la discusión que impulsa Dulbecco desde En Tránsito: "lo que nosotros criticamos es que no hay una política de comunicación desde el Estado para promover la diversidad o la heterogeneidad. Y con las pautas oficiales pasa lo mismo. Van por amistad, contactos, relaciones. Las consiguen los periodistas quienes se saben mover mejor, pero no hay un criterio de pauta oficial porque no les interesa democratizar los medios de comunicación, a nivel nacional, y a nivel municipal o provincial es peor aún porque los kioscos son cada vez más reducidos".

Dividendos
El tema de la distribución de los ingresos siempre es un problema en los emprendimientos que no tienen como fin tal base. En las comerciales la cosa es más sencilla: hay un jefe que divide una parte ínfima de las ganancias de las grandes empresas y nadie cuestiona nada más que una porción más grande del sobrante de la torta. Desde En Tránsito el sistema de cooperativismo maneja las ganancias a través de un sistema de puntaje. Dulbecco explica que "en una cooperativa de trabajo no puede haber sueldos, lo que hay son retiros de excedentes de acuerdo al balance anual, y en base a eso es que trabajamos. Tenemos un sistema de puntos, donde en cada reunión del consejo de administración en una asamblea se discuten la asignación en base al trabajo personal de cada uno y lo que en definitiva retira cada socio. Además en las cooperativas de trabajo cuanto más socios hay entre más partes se tiene que dividir, no se generan más ingresos sino que es al revés, porque la torta es la misma, de hecho no todos los que participan cobran un sueldo, hay muchos colaboradores que vienen por un viático para sumar experiencia y se suman al proyecto. Pero el sostenimiento económico es difícil".
Desde La Tribu se intentan generar ingresos desde otros lugares como la venta de remeras o cds de la radio. Hay tres modos de incorporar programas al aire: uno es a partir de la selección de la programación propia; otra son las coproducciones, que son grupos o personas que tienen su lugar como es el caso de HIJOS o Madres de Plaza de Mayo, y por último los programas independientes que se incorporan a la radio que deben ser autosustentables. "Nosotros no queremos ser garantes de los proyectos que existan dentro de La Tribu porque eso genera -explica Tornero- una visión paternalista con la gente que está todos los días. Queremos que las trescientas personas que están al aire por semana sean también responsables de la existencia de este proyecto. Nosotros a diferencia de En Tránsito no creemos que la igualdad en algunos casos sea justa, igualamos en términos de criterios pero en la práctica hay personas que garantizan más la continuidad de este proyecto. Nosotros no tenemos salarios por producir radio, porque para nosotros eso es una tarea voluntaria. Lo que sí consideramos que tienen que tener algún salario son aquellos que cumplen horarios determinados o los responsables de la casa".
Quienes hacen Atomika explican los problemas que afrontan con la publicidad a través de la relación con los comerciantes. "A nosotros nos pasa algo raro con la publicidad, es muy difícil lidiar con el comerciante medio que te dice: 'che, prendí la radio a la mañana y estaba sonando un tema heavy metal y yo estaba tomando mate y mi señora me hizo problemas', es como que te quieren imponer su radio, el comerciante pone 100 mangos y cree que es un millón y te termina saturando. Creo que no lo valoran. Por eso dijimos basta, porque no pusimos una agencia de publicidad, pusimos una radio. Y hoy en su mayoría lo que hay son canjes de onda con la gente del palo", afirma Butera.
Hecha la ley...
La Ley de Radiodifusión es un tema bastante sensible para quienes integran emisoras que tienen permisos provisorios. Con la supuesta legalización de las radios comunitarias promulgada en los primeros días de mayo no se dio ningún paso adelante, ya que es un reconocimiento similar al que teman. Esta Ley de

radiodifusión fue firmada por Videla y no se modificó. "Consideramos que este reconocimiento no plantea nuevas condiciones para un acceso a la licencia. El concurso que se pueda llegar a hacer a partir de ese reconocimiento tiene las mismas normas para una radio comercial que para una comunitaria, es decir que tenemos que concursar del mismo modo que con una radio comercial y no estamos en las mismas condiciones", explica Tornero sobre la posición de La Tribu.
A partir de ahí surge algo interesante en cuanto a este tipo de proyectos: ¿hay que elegir la legalidad o no? ¿Se puede construir desde otros lugares que no estén reconocidos por la Ley? Para Dulbecco, de En Tránsito el problema es la legalidad dentro de un marco antidemocrático, porque "no hay una política de democratización de los medios, ya que la ley no se modifica m se genera otra ley. Todo proyecto de ley que intente modificarla queda encajonado, no pasó nunca y creo que no va a pasar. Más hoy en día teniendo la explosión de radios que hay."
La modificación que se hizo otorgó el reconocimiento a 126 radios a lo largo de todo el país que son reconocidas con un mínimo de 30 comunitarias, y la gran mayoría son evangélicas. En las zonas más conflictivas, en las grandes ciudades, posiblemente no habrá concursos porque es muy difícil la administración y el ordenamiento del espectro radioeléctrico y no van a meterse en las grandes ciudades con los grandes medios. Está todo muy claro con el decreto 527/05 que firmó el presidente Kirchner el año pasado por el cual congela la capacidad de accionar legalmente sobre ese marco.
Las radios comunitarias tienen la función de no regirse únicamente por la lógica comercial y además desdibujan los roles tradicionales. Hay mayor participación de los oyentes, de los vecinos, con otra intención de comunicar. "No queremos ser gurúes del futuro, pretendemos otra circulación que tiene que ver con el diálogo. No pretendemos ser los iluminados que le explican cómo son las cosas a la gente. Pretendemos una construcción distinta, más horizontal, a pesar que comprendemos que esa empatía que se genera a través de la radio con la personificación de determinados personajes es positiva en términos de la audiencia. Nuestro desafío es generar escuchas que se inserten en nuestro proyecto, que llamen a la acción y no a la quietud, no quiero que te quedes ahí escuchándome, quiero que hagamos algo juntos", sostiene Rodrigo Tornero.
"Nosotros le proponemos al oyente que tenga preguntas y no certezas, no le decimos al oyente esto es así porque lo digo yo o lo editorializo, sino que queremos que se pregunten porqué es así" explica Cordara, y sostiene que en muchos programas diarios "lo fundamental es el tema de la consigna: si le decís al oyente 'llamá y decí lo que quieras', lo desacomodas, muchos no saben qué hacer".
Desde En Tránsito no existen pretensiones de uniformidad ni de totalidad. "Lo nuestro pasa por generar otras significaciones en conjunto con la comunidad. Nosotros abrimos el espacio de la radio para su utilización, se trata de eso. No buscamos la personificación en un periodista representativo comunal o como lo quieran llamar, que a partir de su discurso genere convencimiento en el que está escuchando".

**“Los campesinos han demostrado una claridad absoluta”**

La Tribu, desde sus orígenes se vinculó con organizaciones sociales y políticas que entendían a la comunicación como un lugar de lucha y debate. A partir de las primeras experiencias se empezó a armar una demanda de talleres de capacitación en determinados lugares, rompiendo las barreras que supone un medio. Claudio Vivori, desde los inicios de la radio, viene ejerciendo la función de embajador de esas experiencias que lo llevan a recorrer el país de punta a punta. "Ahora hay como una nueva oleada del surgimiento de radios, pero la diferencia es que ahora surgen vinculadas a organizaciones sociales, culturales o políticas. Distintos actores de la sociedad civil comienzan a ver esto como algo estratégico sobre todo por el tipo de diálogo que han tenido con los medios comerciales. Nosotros estamos trabajando con un movimiento de campesinos en Santiago del Estero, con un proyecto de cinco radios, de las cuales ya montamos dos con la capacitación correspondiente y ahora vamos por la tercera. Nuestro temor era que una agrupación política como el MOCASE, que agrupa alrededor de 9 mil familias y productores, utilice esas cinco radios pura y exclusivamente como propaganda política; pero los campesinos nos han demostrado que tienen una claridad absoluta y están haciendo un medio de comunicación dirigido no solamente a su público sino que llegando a sectores urbanos de clase media profesional, para ampliar su base social, entonces además del rol político, pasan música, acercan a la gente, suman servicios vinculados a la producción agropecuaria, la lucha contra los transgénicos, la recuperación de la memoria cultural de su pueblo. También se encargan de cuidar todo lo que tenga que ver con el quechua que se está perdiendo. Frente a esto, estallan todas las nociones históricas sobre la audiencia, la masividad y el profesionalismo del que hablan algunos que tienen una visión muy elitista de la cuestión, ¿qué es ser profesional en la radio? Si de lo que se trata es comunicar, el tema es qué noción de comunicación tenés, para nosotros comunicación es diálogo, lo que hay que tratar de lograr es que los roles no estén fijos entre el emisor y el receptor, y que roten continuamente para que se logre un feedback. Lo que pasa es que el soporte tecnológico te lo impide, entonces hay que experimentar otras formas de participación en términos de que tu audiencia construya la agenda que vos tenés al aire, buscar iniciativas paralelas a la radio que te permitan un contacto con tu audiencia, para no terminar siendo solamente una radio cool, copada o juvenil, porque en algunas cosas reproducís formas de cualquier medio comercial."

**“No buscábamos la masividad”**

Las radios alternativas muchas veces llegan a instalarse de manera muy fuerte en algunas zonas, es el caso de En Tránsito, que a lo largo de estos veinte años dejó su marca en la zona Oeste. Ante esta nueva realidad,

Bruno Dulbecco, explica que la convocatoria generó algunos problemas y debates dentro de la radio. "Nosotros en 2001, en plena huída de De la Rúa, presentamos un proyecto en el municipio de Morón para hacer una actividad artística en el oeste que trataba de unificar distintas áreas artísticas. Esto implicaba a trabajadores de la música, del teatro, del arte callejero. La consigna era concentrarlos en la plaza y hacer una movida durante todo un día: lo llamamos La Minga. Funcionamos en conjunto y pudimos trabajar con el municipio desde el área de arte y cultura, con un equipo de la radio puesto en funcionamiento para el festival. Tuvo gran repercusión, y en un principio fueron 1500 personas, después 3000. Durante todo ese año se generó una gran participación en la comunidad porque ese espacio no existía. Para nosotros fuel un desafío porque se vio de una manera concreta la respuesta que había en la gente. Después pasó que el proyecto tomó tal envergadura y tal estructura que dejamos de interesarnos porque se empezó a convocar a bandas que no eran del oeste. Ahí nosotros dijimos no, porque pasó de ser un evento cultural de la comunidad con 3000 personas al convocar multitudes que solamente iban a ver un recital de rock. No buscábamos la masividad, estábamos buscando generar vínculos con la comunidad del oeste y se desvirtuó el concepto. Por eso preferimos seguir trabajando por otro lado. Nosotros sabíamos que nuestra función como actores sociales estaba por otro lado".